



CASE STUDY

TEST DI IMPLEMENTAZIONE SCAFFALE SULLA CATEGORIA DEI FORMAGGI CON METODOLOGIA DI POMELO

Pomelo offre una soluzione chiavi in mano per fornitori e rivenditori per valutare e ottimizzare i loro piani di merchandising. Lavoriamo con una serie di marchi leader di categoria, tra cui 7 dei 100 migliori marchi globali di Forbes. Ecco un caso di studio sulla categoria dei formaggi dove il fornitore ha utilizzato gli insights derivati dalla collaborazione con Pomelo per ottimizzare le proprie strategie di merchandising e guidare le vendite incrementali e il profitto.

LA SFIDA

Proof of concept di una nuova strategia di categoria

Dimostrare che la nuova strategia di categoria funziona

Per molti fornitori, dimostrare l'impatto di una nuova strategia di categoria è la chiave della loro collaborazione con i loro clienti al dettaglio.

Spesso sono necessari investimenti significativi sia da parte del fornitore che del rivenditore per eseguire una nuova strategia di categoria nel punto vendita.

I Category Manager devono essere in grado di quantificare il potenziale beneficio commerciale della nuova strategia di categoria per giustificare gli investimenti sia internamente che da parte del rivenditore.

Ecco come un fornitore di formaggio leader di categoria ha lavorato con Pomelo per fare proprio questo...

DOMANDE PRINCIPALE

SEQUENZA



Quali segmenti posizionare per primi nel flusso?
Come influenzerà il comportamento dello shopper allo scaffale? Quali interazioni ci sono tra i segmenti?

POSIZIONAMENTO



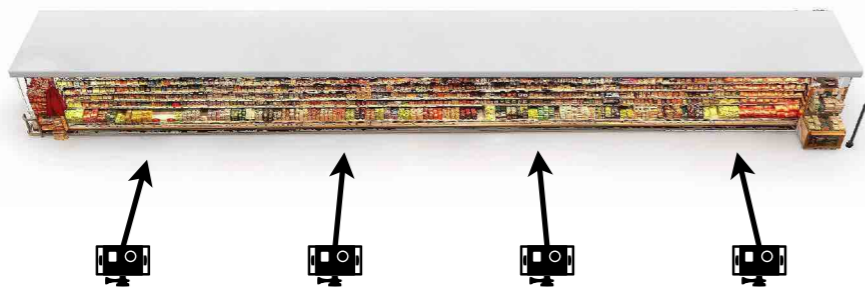
Qual è l'influenza delle marche nella disposizione degli scaffali? Quali scaffali funzionano meglio? Come rendere facile la navigazione per lo shopper?

INFORMAZIONE



Di quali informazioni hanno bisogno gli shoppers sul punto vendita per prendere la loro decisione?
Quanto è efficace il POSM nell'aiutare lo shopper?

IL SET UP



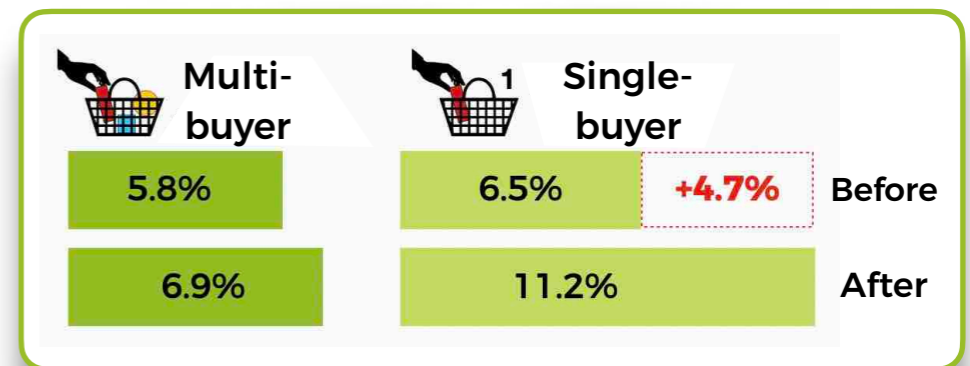
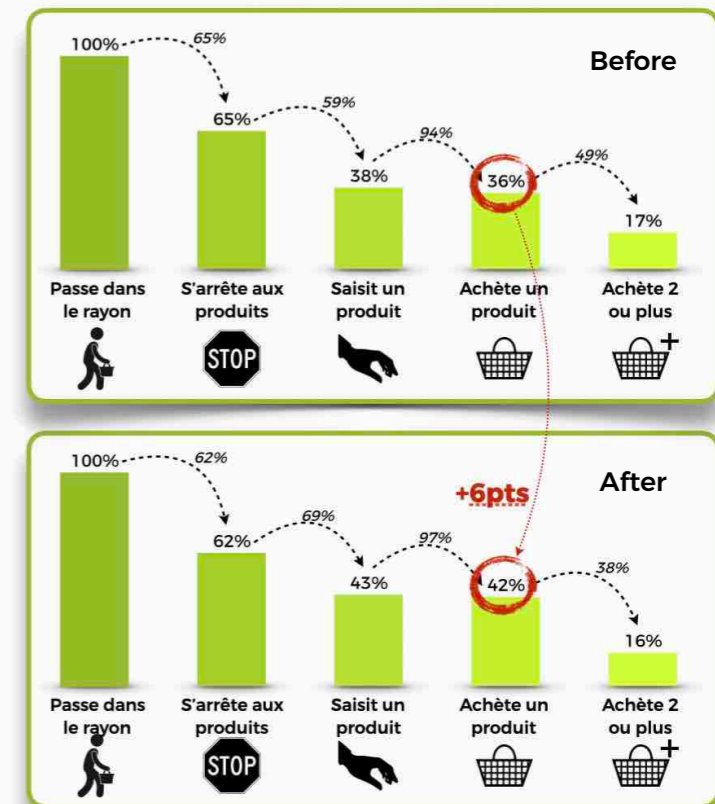
2 fasi di test (strategia attuale vs nuova)
installate in 2 ipermercati



Utilizzo dei nostri strumenti di monitoraggio per 1 settimana per misurare il traffico complessivo del negozio e tutti i percorsi di acquisto e le interazioni nella categoria.

MISURE

Purchase funnel



Misurare e capire il percorso d'acquisto e l'influenza dei fattori chiave in ogni fase permette ai fornitori di portare intuizioni uniche sugli shopper ai loro clienti retailer. Questo è uno dei fattori critici di successo per i category leaders.

VANTAGGI

Soluzione di test ad alta velocità in negozi reali con shopper reali

L'approccio di Pomelo ha permesso di testare la nuova strategia di merchandising per mostrare il potenziale valore aggiunto per il rivenditore. Questo è stato fondamentale per far sì che il rivenditore adottasse il nuovo approccio e lo implementasse in tutti i suoi punti vendita. Il test ha anche risolto le obiezioni del retailer al nuovo approccio.

Avere una comprensione approfondita della vostra categoria è l'elemento più importante per una collaborazione di successo con i rivenditori.

Non esitate a contattarci.

"Abbiamo scelto pomelo a causa di una tecnologia di tracking rivoluzionaria che ci ha portato nuove intuizioni sul comportamento degli shoppers"

- SOPHIE BREUIL
HEAD OF MERCHANDISING
& MARKET RESEARCH

